



EkBis: Jurnal Ekonomi dan Bisnis
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta

ISSN 2549-4988 (p)

ISSN 2550-1267 (o)

ISLAMIC SOCIAL REPORTING INDEX DAN KINERJA KEUANGAN PADA PERBANKAN SYARIAH DI INDONESIA

Sofyan Hadinata

Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta
sofyan.hadinata@uin-suka.ac.id

ABSTRACT

Environmental responsibility is a concern of a company because it greatly affects the sustainability of the company's operations. Companies that concern on environmental aspects will be seen as good image by stakeholders. Stakeholder acceptance of the company's environmental responsibility activities will have a positive impact on the company. This study aims to empirically examine the effect of Islamic social reporting index (ISR index) on financial performance which is proxied by return on assets (ROA) and profit sharing ratio as a proxy for the performance of Islamic-based companies based on the Hameed et al. (2010) model applied to Islamic banking in Indonesia. This study uses a sample of seven Islamic banks during the 2011-2016 period, so that 42 observation data were obtained. Statistical testing was conducted using panel data regression. The statistical tool used is IBM SPSS Statistics version 21. Based on the results of panel data regression, Islamic social reporting index has a negative influence on both return on assets (ROA) and profit sharing ratio.

Keyword: *ISR index, profit sharing ratio, return on asset, shari'ah banking*

ABSTRAK

Tanggung jawab lingkungan menjadi perhatian perusahaan, karena sangat mempengaruhi keberlanjutan operasional perusahaan. Perusahaan yang memperhatikan aspek lingkungan akan dipandang baik oleh para pemangku kepentingan. Penerimaan pemangku kepentingan atas aktivitas tanggungjawab lingkungan perusahaan, akan memberikan dampak positif bagi perusahaan. Penelitian ini bertujuan untuk menguji secara empiris pengaruh *islamic social reporting index* (ISR index) terhadap kinerja keuangan yang diproksikan dengan *return on asset* (ROA) dan *profit sharing ratio* sebagai proksi kinerja perusahaan berbasis Islam berdasarkan model Hameed *et al.*, (2010) yang diterapkan pada perbankan syariah di Indonesia. Penelitian ini menggunakan sampel tujuh bank syariah selama periode 2011-2016, sehingga diperoleh 42 data observasi. Pengujian statistik menggunakan regresi data panel. Alat statistik yang digunakan adalah IBM SPSS Statistics versi 21. Dari hasil analisis regresi data panel diperoleh hasil bahwa *islamic*

social reporting index memiliki pengaruh negatif baik terhadap *return on asset* (ROA) maupun *profit sharing ratio*.

Kata kunci: *ISR index, profit sharing ratio, return on asset, bank syariah*

PENDAHULUAN

Dalam dua dekade terakhir, perbankan syariah telah mengalami perkembangan yang baik. Perbankan syariah merupakan salah satu lembaga keuangan yang memiliki misi dan tujuan yang mulia. Selain mencari keuntungan, bank syariah juga memperhatikan pada aspek sosial. Perbankan syariah harus sejalan dengan kedua tujuan tersebut dan menjadi prioritas dalam hal operasional. Dari sisi *profit oriented*, perbankan harus mencari keuntungan untuk menjamin kelangsungan operasional atau bisnisnya. Akan tetapi, keuntungan tersebut tentunya tidak boleh diarahkan menghasilkan laba yang maksimum. Adapun dari sisi *social oriented*, ditegaskan bahwa bank syariah harus memberikan kontribusi dalam peningkatan kesejahteraan masyarakat. Salah satu bentuk peran sosial perbankan syariah adalah terdapatnya produk *qard al-hasan* (dana kebajikan), implementasi penerimaan dan penyaluran dana zakat, infak, sadaqoh (ZIS) serta prioritas pembiayaan prinsip bagi hasil dalam bentuk *mudharabah* dan *musyarakah*. Karim (1990) menyatakan bahwa pendirian bank syariah adalah dalam rangka mencapai *falaah* (kesuksesan di dunia dan akhirat).

Melihat pertumbuhan perbankan syariah saat ini, mendorong persaingan yang ketat antara bank syariah dan bank konvensional yang mempengaruhi pertumbuhan dan kinerja masing-masing bank. Dengan adanya hal tersebut, tentunya setiap bank harus melakukan pengukuran kinerja. Pada proses ini, pengukuran tingkat kinerja bank syariah menjadi penentu bagaimana keberhasilan sistem pengukuran kinerja dan pengendalian mereka (Antonio, Sanrego, & Taufiq, 2012). Selain itu, Kuppusamy, Saleh, & Samudhram (2010) menyatakan bahwa pengukuran kinerja sebagai penentu prospek perbankan di masa depan agar perbankan syariah dapat beroperasi terus (*sustainability operation*).

Sampai saat ini, secara umum penerapan pengukuran kinerja perusahaan khususnya perbankan syariah terbatas pada rasio keuangan seperti *Capital, Assets, Management, Earnings, Liquidity, Sensitivity of Market Risk* (CAMELS) dan *Economic Value Added* (EVA). Penggunaan indikator pengukuran kinerja perusahaan dengan menggunakan rasio keuangan saja tentunya memiliki kelemahan. Perbankan syariah berbeda dari perbankan konvensional baik secara praktik maupun teori, maka perlu perubahan

paradigma bentuk pengukuran kinerja tidak hanya terbatas pada rasio keuangan (orientasi pemangku kepentingan). Perubahan paradigma didasarkan pada konsep *triple bottom lines* dengan indikator kinerja yang meliputi indikator ekonomi, lingkungan, dan sosial. Hal tersebut tentunya menunjukkan bahwa sistem perbankan syariah tidak hanya fokus pada pemerolehan keuntungan untuk pemegang saham saja, tetapi juga untuk pemangku kepentingan yang lebih luas yaitu masyarakat dan lingkungan.

Sejauh ini pengukuran *CSR disclosure* pada perbankan syariah masih mengacu pada *Global Reporting Initiative Index* (Indeks GRI) (Haniffa, 2002). Padahal, terkait dengan adanya kebutuhan mengenai pengungkapan kinerja sosial di perbankan syariah, saat ini marak diperbincangkan mengenai *Islamic Social Reporting Index* (ISR). Indeks ISR merupakan tolak ukur pelaksanaan kinerja sosial perbankan syariah yang berisi kompilasi item-item standar CSR yang ditetapkan oleh *Accounting and Auditing Organization for Islamic Financial Institutions* (AAOIFI) yang kemudian dikembangkan lebih lanjut oleh para peneliti mengenai item-item CSR yang mengharuskan diungkapkan oleh suatu entitas Islam (Othman, Thani, & Ghani, 2009). Indeks ISR diyakni dapat menjadi pijakan awal dalam hal standar pelaksanaan aktivitas CSR dan pelaporan CSR yang sesuai dengan perspektif Islam (Fitria & Hartanti, 2010).

Dari awal konsep tercetusnya ISR diharapkan melahirkan konsep dan praktik akuntansi yang sesuai dengan syariat Islam sehingga dapat memberikan kontribusi kepada kemajuan ekonomi dan praktik bisnis dan perdagangan yang lebih jujur, adil, bebas dari praktik-praktik bisnis internasional memang menuju ke arah itu. Maka dari itu, dengan mempersiapkan konsep akuntabilitas sosial terkait dengan prinsip pengungkapan maka akan terpenuhinya kebutuhan publik akan suatu informasi akan suatu pengungkapan yang berdasarkan prinsip-prinsip syariah. Dalam konteks Islam, masyarakat mempunyai hak untuk mengetahui berbagai informasi mengenai aktivitas organisasi. Hal ini dilakukan untuk melihat apakah perusahaan tetap melakukan kegiatannya sesuai syariah dan mencapai tujuan yang telah ditetapkan.

Konsep akuntabilitas sosial terkait dengan prinsip pengungkapan penuh dengan tujuan untuk memenuhi kebutuhan publik akan suatu informasi. Dalam konteks Islam, masyarakat mempunyai hak untuk mengetahui berbagai informasi mengenai aktivitas organisasi. Hal ini dilakukan untuk melihat apakah perusahaan tetap melakukan kegiatannya sesuai syariah dan mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Salah satu cara

untuk memberikan pengungkapan penuh dalam konteks Islam adalah dengan ISR.

Dalam perspektif Islam, pelaporan (sosial) merupakan realisasi dari konsep ajaran ihsan sebagai puncak dari ajaran etika yang sangat mulia. Ihsan dapat diartikan dengan melaksanakan perbuatan baik yang dapat memberikan manfaat kepada orang lain demi mendapatkan ridho Allah SWT. Selain itu, hal ini merupakan implikasi dari ajaran kepemilikan dalam Islam, Allah adalah pemilik mutlaq (*haqiqiyah*) sedangkan manusia hanya sebatas pemilik sementara yang berfungsi sebagai penerima (Djakfar, 2007). Maka dari itu, manusia diamanahkan untuk menjadi khalifah Allah di muka bumi ini yang membawa *rahmatan lil alamin* dalam setiap aspek kehidupan.

Penelitian terdahulu yang menjelaskan tentang pelaporan CSR dengan indeks ISR dilakukan oleh Firtia dan Hartanti di tahun 2010. Pada penelitian tersebut dijelaskan bahwa dari tiga sampel bank syariah yang melakukan praktik CSR, pelaksanaan berdasarkan Indeks GRI lebih besar daripada pengungkapan dengan Indeks ISR. Tingkat pengungkapan CSR dengan indeks ISR hanya mencapai 50% dari total aktivitas yang seharusnya dilakukan dan dilaporkan. Penelitian mengenai Indeks CSR dengan indeks ISR di industri perbankan syariah umumnya dilakukan di negara-negara lain, dan jarang sekali dilakukan di Indonesia. Mengingat industri perbankan syariah di Indonesia saat ini sedang tumbuh, ditambah dengan isu pengukuran kinerja sosial yang makin marak, maka penelitian ini mencoba untuk menelaah bagaimana kinerja sosial bank syariah ditinjau dengan pendekatan *Islamic Social Reporting Index* (Indeks ISR) yang dilakukan oleh industri perbankan syariah di Indonesia.

Pada dasarnya *social report* (dalam hal ini ISR) dilandasi oleh adanya *stakeholder theory* dan *legitimacy theory*. Teori *stakeholder* menyatakan bahwa perusahaan bukanlah entitas yang hanya beroperasi untuk kepentingan sendiri namun harus memberikan manfaat bagi *stakeholder*-nya. Sementara itu dari sisi *legitimacy theory*, perusahaan dikatakan memiliki kontrak dengan masyarakat untuk melakukan kegiatannya berdasarkan nilai-nilai keadilan. Kinerja perbankan syariah menjadi indikator yang dianalisis oleh *stakeholder*. Pengukuran kinerja bank syariah sebagaimana dilaporkan bank Indonesia menggunakan informasi keuangan seperti aset, pembiayaan, penghimpunan dana, permodalan, dan profitabilitas yang mana indikator tersebut juga digunakan untuk mengukur kinerja bank konvensional. Meskipun demikian, secara prinsip ada perbedaan antara bank syariah dan bank konvensional yaitu keberadaan prinsip bagi hasil pada bank syariah (Antonio, 2001).

Rumusan Masalah

Perusahaan tidak lagi dihadapkan pada tanggung jawab yang berpijak pada *single bottom line*, yaitu nilai perusahaan (*corporate value*) yang direfleksikan dalam kondisi keuangannya (*financial*) saja, tapi tanggung jawab perusahaan harus berpijak pada *triple bottom lines*. Di sini *bottom lines* lainnya selain finansial juga ada sosial dan lingkungan, karena kondisi keuangan saja tidak cukup menjamin nilai perusahaan tumbuh secara berkelanjutan (*sustainable*). Keberlanjutan perusahaan akan terjamin apabila perusahaan memperhatikan dimensi sosial dan lingkungan hidup. Berdasarkan pada latar belakang yang telah dikemukakan, maka dapat diajukan pertanyaan penelitian sebagai berikut:

1. Apakah *Islamic Social Reporting Index* (Indeks ISR) berpengaruh positif terhadap ROA?
2. Apakah *Islamic Social Reporting Index* (Indeks ISR) berpengaruh positif terhadap *profit sharing ratio*?

LANDASAN TEORI

Teori Legitimasi

Teori legitimasi menyatakan bahwa perusahaan secara terus menerus mencoba untuk meyakinkan bahwa kegiatan atau aktivitas yang dilakukan sesuai dengan batasan dan norma-norma masyarakat dimana perusahaan tersebut beroperasi (Purwanto, 2011). Lindblom (1994) memaparkan teori legitimasi sebagai berikut:

“...a condition or status which exists when an entity's value system is congruent with the value system of the larger social system of which the entity is a part. When a disparity, actual or potential, exists between the two value systems, there is a threat to the entity's legitimacy”.

Teori legitimasi membahas kontrak sosial yang diimplikasikan antara institusi sosial dan masyarakat. Teori tersebut dibutuhkan oleh institusi-institusi untuk mencapai tujuan agar kongruen dengan masyarakat luas. Dalam teori legitimasi menyiratkan bahwa sebuah perusahaan harus mengambil langkah-langkah demi kegiatan atau kinerja dari perusahaan tersebut dapat diterima oleh masyarakat. Hal ini dilakukan untuk memastikan adanya pertumbuhan kesadaran masyarakat dan kepedulian. Dengan kata lain, teori legitimasi yang terkait dengan pengungkapan sosial mengisyaratkan alasan mengapa perusahaan mengungkapkan hal tersebut karena mereka berada lingkungan masyarakat di mana mereka beroperasi, dan kegagalan untuk mengungkapkan hal itu dapat berimplikasi yang

merugikan perusahaan (Zubairu, Sakariyau, & Dauda, 2011). Menurut teori legitimasi, organisasi/perusahaan melakukan aktivitas tertentu, termasuk dalam hal pengungkapan informasi, karena dalam rangka untuk memperoleh legitimasi dari masyarakat sekitar di mana organisasi/perusahaan tersebut beroperasi (Suwaldiman, 2013). Teori legitimasi menganjurkan perusahaan untuk meyakinkan bahwa aktivitas dan kinerjanya dapat diterima oleh masyarakat. Jika masyarakat merasa tidak puas dengan operasi organisasi secara sah (*legitimate*) maka masyarakat dapat mencabut kontrak sosial dalam operasi organisasi (Deegan, Rankin, & Tobin, 2002).

Intinya teori legitimasi bertumpu kepada sebuah teori tentang kontrak sosial. Istilah kontrak sosial bisa diartikan sebagai “ijin dari masyarakat untuk beroperasi” (Suwaldiman, 2013). Pada dasarnya “kontrak sosial” diartikan sebagai kontrak antara organisasi/perusahaan dengan masyarakat yang memiliki ekspektasi tertentu mengenai bagaimana organisasi atau perusahaan tersebut melakukan aktivitasnya. Kegagalan di dalam mentaati kontrak sosial tersebut akan sangat merugikan bagi keberadaan dan kelangsungan hidup organisasi atau perusahaan tersebut. Terminologi “kontrak sosial” bukan hal yang baru, tetapi sudah dikembangkan sangat lama sekali. Istilah tersebut diderivasi dari teori ekonomi politik dan diadopsi oleh filosof-filosof terkenal seperti Thomas Hobbes (1588-1679), John Locke (1623-1704), dan Jean-Jacques Rousseau (1712-1778).

Shocker & Sethi (1974) mendeskripsikan kontrak sosial dengan analisis bahwa setiap institusi tidak terkecuali institusi bisnis melakukan operasinya berdasarkan sebuah kontrak sosial yang diekspresikan dan diimplikasikan. Dari hal tersebut kelangsungan hidup dan pertumbuhan institusi tersebut akan tergantung kepada kemampuannya dalam menghasilkan produk atau jasa yang diinginkan oleh masyarakat secara umum, dan distribusi keuntungan ekonomi, sosial atau politik kepada kelompok masyarakat yang mempunyai pengaruh kuat kepada institusi bersangkutan.

Teori legitimasi merupakan asumsi secara umum yang menyatakan bahwa kegiatan perusahaan didasarkan dan disesuaikan dengan konsep, nilai kepercayaan, dan ketentuan sosial yang dimiliki oleh masyarakat. Teori ini menjelaskan bahwa perusahaan perlu menampakkan tujuannya yang sejalan dengan masyarakat. Teori legitimasi menjelaskan bahwa kebijakan di dalam pengungkapan informasi akuntansi kepada publik digunakan oleh organisasi/perusahaan bersangkutan sebagai strategi untuk menjaga

hubungan baik antara organisasi/perusahaan tersebut dengan pihak-pihak luar (terutama *stakeholders*). Sebuah organisasi/perusahaan dipandang sebagai sebuah bagian dari sistem sosial yang lebih luas di mana kelangsungan hidupnya dan kesuksesannya tergantung kepada kesesuaian aktivitas organisasi atau perusahaan dengan ekspektasi atau harapan masyarakat.

Dowling & Pfeffer (1975) menjelaskan bahwa teori legitimasi sangat bermanfaat dalam menganalisis perilaku organisasi.

“Karena legitimasi adalah hal yang penting bagi organisasi, batasan-batasan yang ditekankan oleh norma-norma dan nilai-nilai sosial, dan reaksi terhadap batasan tersebut mendorong pentingnya analisis perilaku organisasi dengan memperhatikan lingkungan”.

Dowling dan Pfeffer memberikan alasan yang logis tentang legitimasi organisasi dan mengatakan sebagai berikut:

“Organisasi berusaha menciptakan keselarasan antara nilai-nilai sosial yang melekat pada kegiatannya dengan norma-norma perilaku yang ada dalam sistem sosial masyarakat dimana organisasi adalah bagian dari sistem tersebut. Selama kedua sistem nilai tersebut selaras, kita dapat melihat hal tersebut sebagai legitimasi perusahaan. Ketika ketidakselarasan aktual atau potensial terjadi diantara kedua sistem nilai tersebut, maka akan ada ancaman terhadap legitimasi perusahaan”.

Di dalam masyarakat yang dinamis, tidak ada sumber *power* institusional dan kebutuhan terhadap pelayanan yang bersifat permanen. Oleh karena itu, suatu institusi harus lolos uji legitimasi dan relevansi dengan cara menunjukkan bahwa masyarakat memang memerlukan jasa perusahaan dan kelompok tertentu yang memperoleh manfaat dari penghargaan (*reward*) yang diterimanya betul-betul mendapat persetujuan masyarakat.

Menurut Deegan (2000) bentuk eksplisit dari kontrak sosial adalah persyaratan legal, sementara bentuk implisitnya adalah “harapan masyarakat yang tidak tercantum dalam peraturan legal (*uncodified community expectation*). Menurut Dowling & Pfeffer (1975), ada tiga alasan yang menyebabkan terjadinya korelasi yang tidak sempurna antara hukum dan norma atau nilai sosial. Pertama, meskipun hukum sering dianggap sebagai refleksi dari norma dan nilai sosial, sistem hukum formal mungkin terlalu lambat dalam mengadaptasi perubahan norma dan nilai sosial di masyarakat. Kedua, sistem legal didasarkan pada konsistensi, sedangkan norma mungkin kontradiktif (*contradictionary*). Ketiga, masyarakat mungkin

mentolerir perilaku tertentu tapi tidak menginginkan perilaku tersebut tercantum dalam aturan hukum.

Bank Syariah

Menurut Undang-undang No. 21 Tahun 2008 tentang perbankan syariah, pengertian bank syariah adalah bank yang menjalankan kegiatan usahanya berdasarkan prinsip-prinsip syariah. Menurut jenisnya terdiri atas Badan Usaha Syariah (BUS), Unit Usaha Syariah (UUS) dan Badan Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS). Menurut istilah internasional bank syariah dikenal sebagai *Islamic banking* atau juga disebut dengan *interest-free banking*.

Perwataatmadja & Antonio (1992) membedakan menjadi dua pengertian, yaitu Bank Islam dan bank yang beroperasi dengan prinsip syariah Islam. Bank Islam adalah (1) bank yang beroperasi sesuai dengan prinsip-prinsip syariah Islam; (2) bank yang secara operasional mengacu kepada ketentuan-ketentuan Al-Quran dan Hadits. Sementara bank yang beroperasi sesuai prinsip syari'ah Islam adalah bank yang mengikuti ketentuan-ketentuan syariah Islam, khususnya yang menyangkut tata cara bermuamalat secara Islam. Lebih lanjut, dalam tata cara bermuamalat itu di jauhi praktik-praktik yang dikhawatirkan mengandung unsur-unsur riba untuk diisi dengan kegiatan investasi atas dasar bagi hasil dan pembiayaan perdagangan.

Ada dua aktivitas utama pada operasional perbankan syariah, yaitu pengumpulan dana/pendanaan (*funding*) dan pembiayaan (*financing*). Produk-produk pendanaan pada bank syariah, meliputi: tabungan, giro dan deposito. Sedangkan produk-produk pembiayaan perbankan syariah meliputi: pembiayaan berdasarkan prinsip jual beli dengan margin (*murabahah*), pembiayaan berdasarkan prinsip jual beli dengan pembayaran di muka (*salam*), pembiayaan berdasarkan prinsip pesanan (*istishna*), pembiayaan berdasarkan prinsip sewa (*ijarah*), kemitraan (*musyarakah*) dan penyertaan modal (*mudharabah*). Selain itu, perbankan syariah juga menyediakan produk-produk jasa, yang meliputi: pengambilan utang-piutang (*hawalah*), pelimpahan/gadai (*rahn*), pinjaman uang (*qardh*), perwakilan (*wakalah*), penjaminan (*wakalah*), Penjaminan (*kafalah*), titipan (*wadi'ah*).

Bank syariah dikembangkan sebagai lembaga bisnis keuangan yang melaksanakan kegiatan usahanya sejalan dengan prinsip-prinsip dasar dalam ekonomi Islam. Tujuan ekonomi Islam bagi bank syariah tidak hanya

berfokus pada tujuan komersial yang tergambar pada pencapaian keuntungan maksimal semata, tetapi juga mempertimbangkan perannya dalam memberikan kesejahteraan masyarakat tersebut merupakan peran bank syariah dalam pelaksanaan fungsi sosialnya. Fungsi sosial tersebut nampak melalui aktivitas penghimpunan dan penyaluran zakat, infaq, sadaqah, dan wakaf (ZISW). Selain itu, bank syariah juga mengeluarkan zakat dari keuntungan operasinya serta memberikan pembiayaan kebajikan (*qard*) dan yang tidak kalah penting adalah prioritas pembiayaan dengan prinsip bagi hasil lewat produk *mudharabah* dan *musyarakah*. Melalui fungsi sosial ini diharapkan dapat memperlancar alokasi dana sosial yang dibutuhkan oleh masyarakat, terutama mereka yang sangat membutuhkan serta lebih jauh lagi dapat meningkatkan pertumbuhan ekonomi di sektor riil. Dusuki & Dar (2005) menyatakan bahwa pada perbankan syariah tanggung jawab sosial sangat relevan untuk dibicarakan mengingat beberapa faktor yaitu, perbankan syariah berlandaskan syariah beroperasi dengan landasan moral, etika, dan tanggung jawab sosial dan adanya prinsip atas ketaatan pada perintah Allah dan khalifah.

Islamic Social Reporting (ISR)

Islam merupakan agama yang secara lengkap mengatur seluruh aspek kehidupan manusia di dunia. Konsep etika dalam Islam berbentuk akuntabilitas perspektif ekonomi Islam yaitu pelaporan tanggung jawab sosial perusahaan berdasarkan prinsip syariah. Dalam perspektif Islam, *social report* adalah praktik bisnis yang memiliki tanggung jawab etis secara islami. Perusahaan memasukkan norma-norma agama islam yang ditandai dengan adanya komitmen ketulusan dalam menjaga kontrak sosial di dalam operasinya. Dengan demikian, praktik bisnis dalam kerangka Islami mencakup serangkaian kegiatan bisnis dalam bentuknya. Meskipun tidak dibatasi jumlah kepemilikan barang, jasa serta profitnya, namun cara-cara untuk memperoleh dan pelayagunaannya dibatasi oleh aturan halal dan haram oleh syariah. ISR menurut AAOIFI yaitu segala kegiatan yang dilakukan institusi finansial Islam untuk memenuhi kepentingan religius, ekonomi, hukum, etika, dan *discretionary responsibilities* sebagai lembaga finansial intermediari baik bagi individu maupun institusi. Indeks ISR merupakan perluasan dari *social reporting* yang meliputi harapan masyarakat tidak hanya mengenai peran perusahaan dalam perekonomian, tetapi juga peran perusahaan dalam perspektif spiritual (Haniffa, 2002). Bank Syariah diharapkan menggambarkan tingkat tanggungjawab sosial perusahaan yang

tinggi dan jelas dalam praktik pelaporan sosial mereka yang dibuktikan dengan laporan tahunan (Zubairu *et al.*, 2011). Bank syariah sebagai lembaga keuangan yang melakukan kegiatan berdasarkan prinsip-prinsip Islam diharapkan mampu mencerminkan tujuan Islam dalam bidang ekonomi dan sosial dan harus menggabungkan kedua keuntungan dan tanggung jawab sosial ke dalam tujuan mereka karena mereka seharusnya memiliki identitas etika (Haniffa & Hudaib, 2007).

Hasil penelitian Sofyani, Ulum, Syam, & Wahyuni L. (2011) ditemukan beberapa bukti bahwa secara umum, perbankan syariah di Malaysia memiliki tingkat pengungkapan sosial yang lebih tinggi dibandingkan dengan perbankan syariah yang ada di Indonesia. Namun pengungkapan sosial perbankan syariah di Indonesia pada tahun 2010 mengalami kenaikan yang cukup signifikan, yakni sekitar 10% dari tahun sebelumnya. Adapun tingkat pengungkapan sosial pada perbankan syariah di Malaysia bisa dikatakan stabil karena tidak mengalami kenaikan maupun penurunan. Semua bank syariah baik di Indonesia maupun Malaysia, masih belum ada satupun yang mencapai angka penuh, yakni implementasi dan pengungkapan indeks ISR secara 100%. Meskipun aktivitas sosial dapat meningkatkan reputasi perusahaan sekaligus kinerja keuangan seperti hasil penelitian Arshad, Othman, & Othman (2012), namun tujuan pemangku kepentingan di dalam perusahaan maupun bank berbasis syariah diharapkan bukanlah hanya mengejar faktor keuntungan semata, tetapi merupakan realisasi murni sebagai khilafah yang bertanggung jawab di muka bumi (Arifin & Wardani, 2016).

Menurut Chapra (1992) di dalam Islam, kegiatan usaha tidak diasumsikan hanya untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan material kegiatan, tetapi harus dilaksanakan untuk memenuhi tanggung jawab agama juga. Jika dikelola dengan baik, CRS tidak hanya akan meningkatkan kepuasan *stakeholder* perusahaan, tetapi juga dapat meningkatkan kinerja keuangan (Aver & Cadez, 2009).

Kinerja Perusahaan

Penelitian-penelitian yang terkait dengan kinerja bank syariah di Indonesia lebih banyak mengarah pada kinerja keuangan saja. Tentunya hal tersebut tidak sepenuhnya sesuai dengan prinsip syariah. Hameed, Wirman, Alrazi, Nazli, & Pramono (2010) telah mengembangkan sebuah alternatif pengukuran kinerja pada bank syariah. Pengukuran ini terdiri dari tujuh rasio yang mencerminkan dari kinerja bank syariah yaitu sebagai berikut:

a. *Profit Sharing Ratio (PSR)*

Pengukuran *profit sharing ratio* ini digunakan untuk mengidentifikasi bagi hasil yang menunjukkan keberhasilan pencapaian tujuan dari bank syariah melalui penyaluran dana dengan akad *mudharabah* dan *musyarakah*. Semakin besar hasil rasio ini, maka kontribusi bank syariah untuk pengembangan sektor usaha dan pembangunan ekonomi semakin besar, terutama bagi usaha mikro kecil menengah (UMKM).

b. *Zakat Performance Ratio*

Kinerja bank syariah harus didasarkan pada zakat yang dibayarkan oleh bank untuk menggantikan indikator kinerja konvensional seperti laba per saham (*earnings per share*).

c. *Equitable Distribution Ratio (EDR)*

Akuntansi syariah berusaha untuk memastikan distribusi yang merata di antara semua pihak. Oleh karena itu, indikator ini pada dasarnya mencoba untuk menemukan bagaimana pendapatan yang diperoleh oleh bank syariah didistribusikan ke berbagai pihak pemangku kepentingan yang ditunjukkan dengan jumlah yang dikeluarkan untuk dana kebajikan, donasi, beban karyawan, dan lain-lain. Semakin tinggi jumlah yang didistribusikan, maka semakin baik kinerja bank syariah. Hal ini menunjukkan bahwa tujuan perusahaan untuk memakmurkan dan lebih pemeratakan distribusi kepada semua pihak telah tercapai.

d. *Director-Employees Welfare Ratio*

Rasio ini bertujuan untuk mengukur perbandingan jumlah pengeluaran untuk upah direktur dengan jumlah pengeluaran untuk kesejahteraan karyawan. Kesejahteraan karyawan di sini termasuk gaji, pelatihan, dan lain-lain. Semakin tinggi rasio yang dihasilkan maka semakin besar perbedaan antara direktur dengan upah karyawan yang menunjukkan bahwa upah direktur terlampau tinggi. Hal ini berarti bahwa perusahaan kurang memperhatikan kesejahteraan karyawannya.

e. *Islamic Investment vs Nonislamic Investment*

Rasio ini mengukur seberapa besar bank syariah melakukan transaksi yang halal dibandingkan transaksi yang mengandung riba, *gharar*, dan judi. Kegagalan pengungkapan informasi mengenai investasi yang halal dan haram dapat memberikan gambaran yang tidak akurat.

f. *Islamic Income vs Nonislamic Income*

Rasio ini mengukur pendapatan yang berasal dari sumber yang halal. Jika bank syariah memiliki pendapatan dari transaksi yang dilarang, informasi mengenai sumber pendapatan harus diungkapkan. Selain itu

juga penting untuk mengungkapkan informasi mengenai prosedur apa yang sudah tersedia untuk mencegah terjadinya transaksi haram.

g. *AAOIFI Index*

Indeks ini untuk mengukur kepatuhan lembaga-lembaga keuangan syariah telah memenuhi prinsip-prinsip yang ditetapkan dalam *Accounting and Auditing Organization for Islamic Financial Institutions* (AAOIFI). Perhitungannya berdasarkan pada total prinsip AAOIFI yang diterapkan dibandingkan dengan jumlah prinsip AAOIFI yang ideal diterapkan.

Kinerja Keuangan

Kinerja keuangan merupakan penentu ukuran-ukuran tertentu yang dapat dijadikan evaluasi atas keberhasilan suatu perusahaan dalam menghasilkan laba. Menurut Jumingan (2011) kinerja keuangan merupakan gambaran kondisi keuangan perusahaan pada suatu periode tertentu menyangkut aspek penghimpunan dana, yang biasa diukur dengan indikator kecukupan modal, likuiditas, dan profitabilitas.

Untuk mengetahui kinerja keuangan perusahaan maka perlu dilakukan analisis terhadap laporan keuangan perusahaan. Menurut Brigham & Houston (2007) analisis kinerja keuangan mencakup perbandingan kinerja perusahaan dengan perusahaan lain dalam industri yang sama dan evaluasi kecenderungan posisi keuangan perusahaan sepanjang waktu. Analisis kinerja keuangan merupakan proses pengkajian secara kritis terhadap review data, menghitung, mengukur, menginterpretasi, dan memberi solusi terhadap keuangan perusahaan pada suatu periode tertentu.

Dalam usaha untuk memahami hubungan antara CSR dan kinerja keuangan ada beberapa pengujian empiris yang membahas hubungan CSR dengan kinerja keuangan. Rasio kinerja keuangan yang umum digunakan oleh peneliti sebelumnya yaitu *return on assets* (ROA). ROA merupakan rasio profitabilitas yang menunjukkan keuntungan yang diperoleh perusahaan sehubungan dengan keseluruhan sumber daya atau aset yang dimiliki perusahaan. ROA digunakan untuk mengukur seberapa efisien suatu perusahaan dalam mengelola asetnya untuk menghasilkan laba selama suatu periode.

Pengembangan Hipotesis

Pemangku kepentingan muslim diharapkan mendapatkan informasi yang memudahkan mereka dalam membuat keputusan etis yang Islam. Hal tersebut diperlukan oleh perusahaan berbasis syariah untuk meningkatkan inisiatif dalam pengungkapan *Islamic CSR* dan pengungkapan tersebut yang dapat membantu untuk meningkatkan hubungan *stakeholder*. Akibatnya akan meningkatkan citra dan kinerja perusahaan dan menggambarkan nilai Islam sebagai perusahaan berbasis syariah.

Lebih jauh, bila *social report* mampu dijalankan secara efektif maka dapat dimanfaatkan tidak hanya bagi perusahaan, melainkan bagi masyarakat, pemerintah dan lingkungan. Bagi masyarakat, praktik *social report* yang baik akan meningkatkan nilai tambah bagi masyarakat. Bagi lingkungan, praktik *social report* perusahaan akan mencegah eksploitasi berlebihan. Sedangkan praktik *social report* yang tidak baik akan disebut dengan "*corporate misconduct*" atau malpraktik bisnis mulai penyuapan pada aparat negara atau hukum yang memicu tingginya korupsi. Hal ini seperti itulah yang memperburuk citra perusahaan. Pada akhirnya mereka yang mendapat kepercayaan dan memiliki reputasi yang baik adalah perusahaan-perusahaan yang terlibat dalam peningkatan kualitas hidup masyarakat dan lingkungan.

Bisa terjadi sebaliknya ketika perusahaan itu besar mereka cenderung untuk lebih fokus melakukan aktivitas sosial, karena dari segi modal mereka sudah tercukupi. Perusahaan yang memiliki kinerja keuangan yang lebih baik bisa jadi mereka melakukan aktivitas sosial yang lebih banyak. Penelitian di India yang dilakukan oleh Mishra & Suar (2010) mendapatkan hasil bahwa aktivitas CSR baik bagi berpengaruh positif terhadap kinerja keuangan yang diukur menggunakan *industry-adjusted ROA*. Pada penelitian yang dilakukan Umbara & Suryanawa (2014), yang terkait dengan pengaruh pengungkapan tanggung jawab sosial terhadap nilai perusahaan menunjukkan bahwa pengungkapan CSR berpengaruh positif pada nilai perusahaan; baik pada perusahaan yang terkategori *high profile* maupun perusahaan *low profile*. Selain itu penelitian yang dilakukan oleh Rodriguez-Fernandez (2016) memperoleh hasil bahwa aktivitas CSR memiliki hubungan positif dengan ROE dan ROA. Erhemjamts, Li, & Venkateswaran (2013) juga memperoleh bukti bahwa CSR berpengaruh positif terhadap kinerja keuangan perusahaan.

Teori legitimasi menganjurkan perusahaan untuk meyakinkan bahwa aktivitas dan kinerjanya dapat diterima oleh masyarakat. Penerimaan dari

masyarakat diharapkan dapat meningkatkan nilai perusahaan (Putra & Wirakusuma, 2015). *Stakeholder theory* berpandangan bahwa perusahaan harus melakukan pengungkapan sosial sebagai salah satu tanggung jawab kepada para *stakeholders*. Melalui pengungkapan CSR, pasar akan memberikan apresiasi positif yang ditunjukkan dengan peningkatan harga saham perusahaan. Peningkatan ini akan menyebabkan nilai perusahaan meningkat.

Perbankan syariah yang melakukan aktivitas sosial akan dinilai baik oleh para *stakeholder*-nya, salah satunya oleh *shohibul mal*. Dengan adanya aktivitas sosial perbankan, yang tidak hanya mencari profit semata tetapi juga memiliki motivasi untuk mencapai *falaah* (kesuksesan di dunia dan akhirat), maka *shohibul mal* akan dengan yakin menanamkan investasi pada perbankan syariah dan kemudian dapat meningkatkan keuntungan perbankan syariah.

Berdasarkan paparan tersebut maka dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H1: *Islamic social report index* berpengaruh positif terhadap *return on asset*.

H2: *Islamic social report index* berpengaruh positif terhadap *profit sharing ratio*.

Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu yang pernah dilakukan oleh Fitria & Hartanti (2010) menjelaskan bahwa dari tiga sampel bank syariah yang melakukan praktik CSR, pelaksanaan berdasarkan Indeks GRI lebih besar daripada pengungkapan dengan Indeks ISR. Tingkat pengungkapan ISR hanya mencapai 50% dari total aktivitas yang seharusnya dilakukan dan dilaporkan. Selanjutnya pada penelitian Sofyani, dkk. (2012) yang melakukan penelitian eksplorasi mengenai aktivitas sosial perbankan syariah di dua negara yakni Indonesia dan Malaysia. Hasilnya menunjukkan bahwa kinerja sosial perbankan Islam di Indonesia pada 2010 mengalami peningkatan yang signifikan, sekitar 10% dari tahun sebelumnya (2009). Sementara kinerja sosial pada perbankan Islam di Malaysia adalah stabil karena tidak meningkat ataupun menurun. Namun, dilihat dari perbankan syariah di Indonesia dan Malaysia, tidak ada satupun yang mencapai tingkat kinerja sangat bagus walaupun begitu kinerja sosial *train-average* perbankan Islam di Malaysia lebih tinggi daripada di Indonesia.

Penelitian Mishra & Suar (2010) memperoleh hasil bahwa aktivitas CSR berpengaruh positif terhadap kinerja keuangan yang diukur menggunakan *industry-adjusted ROA*. Arshad *et al.* (2012) melakukan penelitian dengan menggunakan objek bank syariah di Malaysia memperoleh hasil bahwa *Islamic Corporate Responsibility* berpengaruh positif terhadap *Return on Asset* perbankan. Penelitian yang dilakukan oleh Rodriguez-Fernandez (2016) dengan menggunakan objek penelitian perusahaan Spanyol memperoleh hasil bahwa aktivitas CSR memiliki hubungan positif dengan ROE dan ROA. Selain itu, Abdeldayem (2009) meneliti mengenai pengujian pengungkapan sosial syariah di Uni Arab Emirate menunjukkan bahwa bank yang wajib membayar zakat cenderung memberikan pengungkapan sosial lebih banyak dibandingkan dengan bank yang tidak memiliki kewajiban untuk membayar zakat.

METODE PENELITIAN

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh bank umum syariah, sedangkan pengambilan sampel dilakukan dengan menggunakan teknik *purposive judgement sampling*. Adapun kriteria yang digunakan dalam pengambilan sampel adalah:

1. Perusahaan telah berbentuk bank umum syariah
2. Perusahaan telah menyampaikan laporan tahunan dan dipublikasikan pada kurun waktu 2011-2016.
3. Perusahaan melakukan pengungkapan ISR dalam laporan tahunan secara berturut-turut selama periode 2011-2016.

Penelitian ini menggunakan data sekunder yang bersumber dari laporan tahunan perusahaan. Laporan tahunan perusahaan diperoleh dengan melakukan penelusuran langsung pada situs resmi masing-masing bank umum syariah, yang kemudian hasil dari penelusuran tersebut akan diidentifikasi indikator-indikator indeks ISR dan kinerja keuangannya. Metoda analisis data dalam penelitian ini adalah analisis regresi data panel. Alat statistik menggunakan program IBM SPSS Statistics Versi 21.

Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel

Variabel independen pada penelitian ini *Islamic Social Reporting Index*. Pengukuran indeks ISR menggunakan model Haniffa (2002) dengan beberapa modifikasi. Haniffa (2002) mengembangkan pelaporan Islam didasarkan pada lima komponen: keuangan dan investasi, produk, pegawai, masyarakat, dan lingkungan. Penelitian ini menggunakan variabel dependen

kinerja perusahaan dan kinerja keuangan. Kinerja perusahaan merujuk pada salah satu indikator dari penelitian Hameed *et al.* (2010) yaitu *Profit Sharing Ratio*. Adapun untuk kinerja keuangan dalam penelitian ini menggunakan *Return on Asset*.

Analisis Data

Ada tujuh bank yang dijadikan sampel dalam penelitian ini yaitu: Bank Syariah Mandiri, Bank Muamalat Indonesia, Bank Negara Indonesia Syariah, Bank Mega Syariah, Bank Rakyat Indonesia Syariah, Bank Central Asia Syariah, dan Bank Panin Syariah. Dengan adanya tujuh bank yang dijadikan sampel, maka ada 42 observasi selama tahun 2011-2016 yang digunakan dalam penelitian ini.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Statistik Deskriptif

Dari hasil statistik deskriptif pada tabel 1 terlihat bahwa rata-rata ISR pada 42 pengamatan pada perbankan syariah di Indonesia adalah sebesar 34,73. Adapun untuk ROA memiliki nilai minimal 0,08 dan nilai maksimum 3,81. Hal tersebut menandakan bahwa selama periode pengamatan tidak ada bank yang mengalami rugi. Untuk PSR nilai minimal 0,002 dan maksimal 0,835.

Tabel 1
Statistik Deskriptif

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Dev.
ISR	42	24,00	42,00	34,7381	4,89429
ROA	42	,08	3,81	1,0818	,82756
PSR	42	,002	,835	,2830	,20051

Keterangan:

ISR: *Islamic Social Reporting Index*; ROA: *Return on Asset*;

PSR: *Profit Sharing Ratio*.

Sumber: Output SPSS 21

Uji Linearitas

Uji linearitas bertujuan untuk mengetahui apakah dua variabel mempunyai hubungan yang linear secara signifikan atau tidak. Korelasi yang baik seharusnya terdapat hubungan yang linear antara variabel prediktor atau independen dengan variabel dependen. Jika nilai *Dev. from*

Linearity Sig. lebih besar dari 0,05, maka ada hubungan yang linear secara signifikan antara variabel independen dengan variabel dependen.

Tabel 2
Hasil Uji Linearitas

			Sum of	df	Mean	F	Sig.
			Squares		Square		
ROA * ISR	(Combined)		13,745	16	,859	1,498	,177
	Between	Linearity	3,188	1	3,188	5,561	,026
	Groups	Dev. from	10,557	15	,704	1,228	,316
	Linearity						
	Within Groups		14,334	25	,573		
Total			28,079	41			
PSR * ISR	(Combined)		1,144	16	,072	3,547	,012
	Between	Linearity	,199	1	,199	9,852	,004
	Groups	Dev. from	,946	15	,063	3,127	,060
	Linearity						
	Within Groups		,504	25	,020		
Total			1,648	41			

Sumber: Output SPSS 21.

Uji Heterokedastisitas

Uji heterokedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi kesamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Kriteria pengujian yang digunakan adalah apabila angka signifikansi lebih dari 0,05, maka data tidak terjadi heterokedastisitas. Dalam tabel 3 dan 4 hasil heterokedastisitas, terlihat bahwa tidak terdapat nilai signifikansi yang berada di bawah 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa untuk kedua model tidak terjadi heterokedastisitas.

Tabel 3
Hasil Uji Heterokedastisitas-Model 1

Model		Unstandardized		Standardize	t	Sig.
		Coefficients		d		
				Coefficients		
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	,869	,584		1,487	,145
	ISR	-,008	,017	-,080	-,507	,615

a. Dependent Variable: Abs_RES

Sumber: Output SPSS 21

Tabel 4
Hasil Uji Heterokedastisitas-Model 2

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
2	(Constant)	,298	,126		2,362	,023
	ISR	-,004	,004	-,186	-1,196	,239

a. Dependent Variable: Abs_RES2

Sumber: Output SPSS 21

Pengujian Hipotesis

Koefisien Determinasi

Berikut ini disajikan hasil pengujian koefisien determinasi dengan melihat *Adjusted R Square* dari kedua variabel dependen meliputi ROA dan PSR.

Tabel 5
Uji Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,337	,114	,091	,78884	1,494

Predictors: (Constant), ISR; Dependent Variable: ROA

Sumber: Output SPSS 21

Tabel 6
Uji Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
2	,347	,121	,099	,19037	,556

Predictors: (Constant), ISR; Dependent Variable: PSR

Sumber: Output SPSS 21

Uji Statistik t

Uji statistik t dilakukan untuk menunjukkan seberapa besar pengaruh satu variabel independen secara parsial atau individual yaitu pengaruh *Islamic Social Reporting Index* terhadap ROA dan PSR.

Pengaruh *Islamic Social Reporting Index* Terhadap *Return on Asset* (ROA)

Pengujian yang pertama dalam penelitian ini yaitu menguji pengaruh *Islamic Social Reporting* (ISR) perbankan syariah terhadap kinerja keuangan yang diprosikan dengan ROA. Hasil uji hipotesis 1 dapat dilihat pada tabel

7, variabel *Islamic Social Reporting Index* pada bank syariah memiliki tingkat signifikansi sebesar 0,29 dengan koefisien sebesar -0,057.

Tabel 7
Uji Hipotesis 1

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3,061	,883		3,467	,001
	ISR	-,057	,025	-,337	-2,264	,029

Dependent Variable: ROA

Sumber: Output SPSS 21

Dari angka tersebut dapat diartikan bahwa *Islamic Social Reporting Index* memiliki pengaruh negatif terhadap ROA. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Sari, Handayani, & Nuzula (2016) dan Rumengan, Namgoi, & Rondonuwu (2017) yang menemukan hasil yang sama bahwa kinerja sosial (*corporate social responsibility*) perusahaan berpengaruh negatif terhadap profitabilitas perusahaan. Penelitian yang dilakukan oleh Baird *et al.* (2012) juga menemukan bahwa aktivitas sosial perusahaan berpengaruh negatif terhadap kinerja keuangan perusahaan. Peng & Yang (2014) meneliti pengaruh *corporate social performance* (CSP) terhadap kinerja keuangan pada perusahaan Taiwan diperoleh hasil bahwa CSP berpengaruh negatif terhadap kinerja keuangan jangka pendek maupun panjang.

Hasil penelitian ini tidak sesuai dengan harapan, kemungkinan disebabkan objek yang digunakan dalam penelitian ini adalah perbankan syariah. Perbankan syariah dalam menjalankan operasionalnya menekankan pada aspek *social bank* yaitu "*less profit, more sense*" yang artinya mereka bersedia bersedia beroperasi dengan mendapatkan profit yang kecil, namun di balik itu memberikan manfaat yang lebih besar pada lingkungan dan sosial (Putranto & Kewal, 2014). Selain itu, kemungkinan karena periode penelitian yang digunakan tahun 2011-2016, yang mana sebagian bank baru mulai beroperasi sehingga mereka memilih untuk membangun *image* dengan melakukan aktivitas sosial dengan memperoleh keuntungan yang lebih sedikit.

Dari hasil tersebut, maka hipotesis 1 pada penelitian ini ditolak. Hasil penelitian ini belum sejalan atau bertolak belakang dengan teori legitimasi yang menyatakan bahwa kinerja sosial perusahaan akan dipandang baik

oleh *stakeholder*-nya, sehingga dapat mendukung aktivitas operasional perusahaan yang pada akhirnya akan meningkatkan laba perusahaan.

Pengaruh *Islamic Social Responsibility* Terhadap *Profit Sharing Ratio*

Pengujian hipotesis yang kedua dalam penelitian ini adalah menguji pengaruh *Islamic Social Reporting* (ISR) perbankan syariah terhadap kinerja perusahaan yang diproksikan dengan *profit sharing ratio*.

Tabel 8
Uji Hipotesis 2

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
2 (Constant)	,777	,213		3,647	,001
ISR	-,014	,006	-,347	-2,341	,024

Dependent Variable: PSR

Sumber: Output SPSS 21

Dari tabel 8 tersebut bisa dikatakan bahwa *Islamic Social Reporting* (ISR) bank syariah berpengaruh terhadap kinerja Islami perusahaan yang diproksikan dengan *profit sharing ratio*. Hal tersebut bisa dilihat dari tingkat signifikansi sebesar 0,024 (kurang dari 0,05) dengan koefisien sebesar -0,014 yang menunjukkan bahwa ISR berpengaruh negatif terhadap *Profit Sharing Ratio* (PSR). Dengan demikian hipotesis alternatif kedua dalam penelitian ini ditolak. Dengan koefisien bernilai negatif menunjukkan bahwa semakin banyak item sosial yang dilakukan oleh bank, semakin kecil pemerolehan dana sebagai *mudharib* maupun *shohibul*. Hasil penelitian ini bertolak belakang dengan teori legitimasi, yang menyatakan bahwa ketika perusahaan semakin banyak melakukan kegiatan sosial maka dipandang baik oleh para pemangku kepentingan sehingga dapat mendukung operasional perusahaan.

PENUTUP

Kesimpulan

Dari analisis yang sudah dilakukan dapat disimpulkan bahwa *Islamic Social Reporting* (ISR) perbankan syariah di Indonesia dengan menggunakan data laporan keuangan tahunan periode 2011-2016 memiliki pengaruh negatif terhadap *return on asset* dan *profit sharing ratio*. Hasil tersebut bertolak

belakang dengan teori legitimasi yang menjelaskan bahwa ketika perusahaan melakukan kegiatan sosial akan berdampak pada *image* perusahaan yang dapat mendukung proses operasional perusahaan yang berdampak pada peningkatan laba perusahaan.

Saran

Penelitian ini memiliki keterbatasan yaitu hanya mengangkat satu pengukuran kinerja perusahaan dari aspek syariah berupa *profit sharing ratio*. Peneliti dapat menyarankan beberapa pengukuran berupa *zakat performance ratio*, *equitable distribution ratio* (EDR), dan *Islamic investment vs NonIslamic investment*. Penelitian berikutnya dapat mengganti objek penelitian, selain perbankan dan mengembangkan model penelitian dengan menggunakan variabel kontrol.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdeldayem, Marwan Mohamed. 2009. An Examination Social Disclosures by Islamic Bank: Evidence from UAE. *The Journal of American Academy of Business*, Vol. 14, No. 2.
- Antonio, Muhammad Syafi'i. 2001. *Bank Syariah dari Teori ke Praktik*. Gema Insani. Jakarta.
- Antonio, Muhammad Syafi'i, Yulizar D. Sanrego, & Muhammad Taufiq. 2012. An Analysis of Islamic Banking Performance: Maqasid Index Implementation in Indonesia and Jordania. *Journal of Islamic Finance*, Vol. 1, No. 1, hal. 12-29.
- Arifin, Johan & Eke Ayu Wardani. 2016. *Islamic Corporate Social Responsibility Disclosure, Reputasi, dan Kinerja Keuangan: Studi pada Bank Syariah di Indonesia*. *Jurnal Akuntansi & Auditing Indonesia*, Vol. 20, No. 1, hal. 37-46.
- Arshad, Roshayani, Suaini Othman, & Rohana Othman. 2012. Islamic Corporate Social Responsibility, Corporate Reputation and Performance. *International Journal of Social, Behavioral, Edicational, Economic, Business and Industrial Engineering*, Vol. 6, No. 4, hal. 643-647.
- Aver, Bostjan & Simon Cadez. 2009. Management Accountants' Participation in Strategic Management Processes: A Cross Industry Comparisons. *Journal for East European Management Studies*, Vol. 14, No. 3, hal. 310-322.
- Baird, Philip L., Pinar Celikkol Geylani, & Jeffrey A. Roberts. 2012. Corporate Social and Performance Re-Examined: Industry Effects in a Linear Mixed Model Analysis. *Journal of Business Ethics*, Vol. 109, No. 3, hal. 367-388.

- Brigham Eugene F. & Joel F. Houston. 2007. *Dasar-dasar Manajemen Keuangan*. Edisi Terjemahan oleh Ali Akbar Yulianto. 2011. Jakarta: Salemba Empat.
- Chapra, M. Umer. 1992. *Islam and The Economic Challenge*. The Islamic Foundation. Leicester. United Kingdom.
- Chapra, M. Umer. 2001. *The Future of Economics: An Islamic Perspective*. The Islamic Foundation. Leicester. United Kingdom.
- Deegan, Craig, Michaela Rankin, & John Tobin. 2002. An Examination of The Corporate Social and Environmental Disclosures of BHP From 1983-1997: A Test of Legitimacy Theory. *Accounting, Auditing and Accountability Journal*, Vol. 15 No. 3, hal. 312-343.
- Djakfar, Muhammad. 2007. *Etika Bisnis dalam Perspektif Islam*. Malang: UIN Maliki Ibrahim Malang Press.
- Dowling, John & Jeffrey Pfeffer. 1975. Organizational Legitimacy: Social Values and Organization Behaviour. *Pacific Sociological Review*, Vol. 18 No. 1, hal. 122-136.
- Dusuki, Asyraf Wajdi & Humayon Dar. 2005. Stakeholders' Perceptions of Corporate Social Responsibility of Islamic Banks: Evidence From Malaysian Economy. *International Conference on Islamic Economics and Finance*.
- Erhemjamts, Ogtontsetseg, Qian Li, & Anand Venkateswaran. 2013. Corporate Social Responsibility and Its Impact on Firms' Investment Policy, Organizational Structure, and Performance. *Journal of Business Ethics*, Vol. 118, No. 2, hal. 395-412.
- Fritia, Soraya & Dwi Hartanti. 2010. *Islam dan Tanggung Jawab Sosial: Studi Perbandingan Pengungkapan Berdasarkan Global Reporting Initiative Index dan Islamic Social Reporting Index*. Simposium Nasional Akuntansi XIII.
- Hameed, Shahul, Ade Wirman, Bakhtiar Alrazi, Mohd. Nazli, & Sigit Pramono. 2010. Alternative Disclosure and Performance Measures for Islamic Banks. *Department of Accounting International Islamic University Malaysia*. hal. 1-37.
- Haniffa, Roszaini. 2002. Social Reporting Disclosure-An Islamic Perspective. *Indonesian Management & Accounting Research*, Vol. 1 No. 2, hal. 128-146
- Haniffa, Roszaini. & Mohammad Hudaib. 2007. Exploring the Ethical Identity of Islamic Banks via Communication in Annual Reports. *Journal of Business Ethics*, Vol. 76, No. 1, hal. 97-116.
- Jumingan. 2011. *Analisis Laporan Keuangan*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Karim, Rifait Ahmed Abdel. 1990. Standard Setting for the Financial Reporting of Religious Business Organisations: The Cases of Islamic Bank. *Accounting and Business Research*, Vol. 20, No. 80, hal. 299-305.
- Kuppusamy, Mudiarasan Vasu, Ali Salman Saleh, & Ananda R. Samudhram. 2010. Measurement of Islamic Banks Performance Using a Shariah

- Conformity and Profitability Model. *Review of Islamic Economics*, Vol. 13, No. 2, hal. 35-48.
- Lindblom, C.K. 1994. The Implications of Organizational Legitimacy for Corporate Social Performance and Disclosure. Paper presented at the *Critical Perspectives on Accounting Conference*, New York.
- Mishra, Supriti & Damodar Suar. 2010. Dose Corporate Social Responsibility Influence Firm Performance of Indian Companies?. *Journal of Business Ethics*, Vol. 95, No. 4, hal. 571-601.
- Othman, Rohana & Azlan Md. Thani. 2010. Islamic Social Reporting of Listed Companies in Malaysia. *The International Business & Economics Research Journal*. Vol. 9, No. 4, hal. 135-144.
- Othman, R., A. Md. Thani, & E.K. Ghani. 2009. Determinants of Islamic Social Reporting Among Top Shariah-Approved Companies in Bursa Malaysia. *Research Journal of International Studies*, Issue 12, hal. 4-20.
- Peng, Chih-Wei & Mei-Ling Yang. 2014. The Effect of Corporate Social Performance on Financial Performance: The Moderating Effect of Ownership Concentration. *Journal of Business Ethics*, Vol. 123, No. 1, hal. 171-182.
- Perwataatmadja, Karnaen & Muhammad Syafi'i Antonio. 1992. *Apa dan Bagaimana Bank Islam*, Yogyakarta: Dana Bhakti Wakaf.
- Purwanto, Agus. 2011. Pengaruh Tipe Industri, Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Terhadap *Corporate Social Responsibility*. *Jurnal Akuntansi & Auditing*, Vol. 8, No, 1, hal. 12-29.
- Putra, I G A N Bayu Darma & Made Gede Wirakusuma. 2015. Pengaruh Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* pada Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas Sebagai Pemoderasi. *E-Journal Akuntansi Universitas Udayana*, Vol. 13, No. 2, hal. 461-475.
- Putranto, Yohanes Andri & Suramaya Suci Kewal. 2014. Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Berbasis Karakteristik *Social Bank* Terhadap Kinerja Perusahaan Perbankan di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Akuntansi*, Vol. XVIII, No. 03, hal. 475-490.
- Rodriguez-Fernandez, Mercedes. 2016. Social Responsibility and Financial Performance: The Role of Good Corporate Governance. *BRQ Business Research Quartely*, Vol. 19, No. 2, hal. 137-151.
- Rumengan, Prichilia, Grace B. Namgoi, & Sinjte Rondonuwu. 2017. Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Terhadap Profitabilitas Perusahaan Pada PT Bank Central Asia Periode Tahun 2010-2015. *Jurnal EMBA*, Vol. 5, No. 1, hal. 164-172.
- Sari, Wahyu Aprilia, Siti Ragil Handayani, & Nila Firdausi Nuzula. 2016. Pengaruh Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* Terhadap Kinerja Keuangan dan Nilai Perusahaan (Studi Komparatif pada Perusahaan Multinasional yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia dan Bursa Malaysia Tahun 2012-2015). *Jurnal Administrasi Bisnis*, Vol. 39, No. 2, hal. 74-83.

- Shocker. Allan D. & S. Prakash Sethi. 1974. *An Approach to Incorporating Social Preferences in Developing Corporate Action Strategies*. Los Angeles: Melville Publishing Company.
- Siwar, Chamhuri & Md Tareq Hossain. 2009. An Analysis of Islamic CSR Concept and the Opinion of Malaysian Managers. *Management of Environmental Quality: An International Journal*, Vol. 20, Issue 3, hal. 290-298.
- Sofyani, Hafiez, Ihyaul Ulum, Daniel Syam, & Sri Wahyuni L. 2012. *Islamic Social Reporting* sebagai Model Pengukuran Kinerja Sosial Perbankan Syariah (Studi Komparasi Indonesia dan Malaysia). *Jurnal Dinamika Akuntansi*, Vol. 4, No. 1, Maret 2012, hal. 36-46.
- Suwaldiman. 2013. Motivasi Pelaporan Kinerja Sosial/Lingkungan (*Triple-Bottom-Line Reporting*): Sebuah Tinjauan Teoritik. *EKBISI*. Vol. VIII, No. 1, hal. 65-74.
- Undang-Undang Nomor 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah.
- Zubairu, Umaru Mustapha, Olalekan Busra Sakariyau, & Chetubo Kuta Dauda. 2011. Social Reporting Practices of Islamic Banks in Saudi Arabia. *International Journal of Business and Social Science*, Vol. 2 No. 23, hal. 193-205.